

C²

文 創 誌

#30 /2018 12

數位時代的



音樂發行

【在地正文創】

聖誕限定！文創禮品搶先看

【文創人見解】

融合創新及情懷的貓王收音機
—— 訪創辦人曾德鈞

【文創放大鏡】

國華戲院大舞台 ——
活化翻新打造多功能演出場地



文 創 誌
#30 /2018 12

編輯

《C²文創誌》編輯委員會

電郵

c2magazine.macau@gmail.com

製作

讀娛樂製作有限公司

出版

澳門特別行政區政府文化局

本刊發表的文章觀點及內容屬於作者及受訪者的意見，並不代表澳門特別行政區政府文化局的立場。

編者語

通過數位平台進行音樂發行，已成為當今廠牌、音樂人發佈作品最主要的方式。本期「文創焦點」邀得台灣杰威爾音樂唱片公司、內地串流音樂平台網易雲音樂，以及本澳歌手鄧志峰，透過廠牌、音樂平台與創作人三種視角探討如何通過數位市場進行音樂營銷，提高作品的知名度。

「國華戲院」歷經九個月的活化翻新，打造成為具備多功能演出場地的大舞台。「文創放大鏡」邀得項目發起人關偉霖和營運人林偉雄，介紹項目活化的經過及經營模式；「貓王收音機」在內地人氣爆燈，預計今年產品銷量更逾百萬台，究竟魅力何在？品牌創辦人曾德鈞在「文創人見解」分享將品牌從復古打造成時尚的背後故事；聖誕節即將到來，本澳文創單位又會怎樣做好針對該季的市場營銷，吸引客人？四間本澳文創店將現身「在地正文創」欄目，介紹他們在聖誕季的推廣活動及產品，為讀者帶來今年最新鮮的聖誕優惠情報！

七位海內外專欄作者繼續於今期「文創博客」撰文，分享他們對文創發展的精彩發現和獨特見解。

《C²文創誌》編輯委員會

目錄

02

文 創 焦 點

數位時代的音樂發行

16

在 地 正 文 創

聖誕限定！文創禮品搶先看

22

文 創 人 見 解

融合創新及情懷的貓王收音機——訪創辦人曾德鈞

26

文 創 放 大 鏡

國華戲院大舞台——活化翻新打造多功能演出場地

30

文 創 好 日 子

32

文 創 博 客

盧子英——定格動畫的過去與未來

徐欣羨——澳門電影工作者薪酬問題

林小雯——紐約藝術求生指南——兼談地方藝文政策

袁紹珊——從餐桌到書桌：饕餮時代的飲食書寫

林琪香——小小地域電影院

葉孝忠——在地鐵裡旅行

譚智泉——空虛和新穎的「文藝生活指南」



數位時代的 音樂發行

時至2018年，「數位音樂發行」儼然已成為當今廠牌、音樂人發佈作品最主要的方式。合法的數位音樂平台，亦隨着音樂著作權法規的完善應運而生，音樂發行進入數位時代。本期文創焦點邀得台灣唱片公司「杰威爾音樂JVR Music」、內地串流音樂平台「網易雲音樂」、澳門歌手鄧志峰，透過廠牌、音樂平台與創作人三種視角探討如何在數位主導的市場趨勢，將音樂進行營銷，並提高作品的能見度。

文 / 張書珩
圖 / 受訪者提供

杰威爾音樂：

了解版權脈絡、制定發行策略，借網路之力將音樂發揮最大

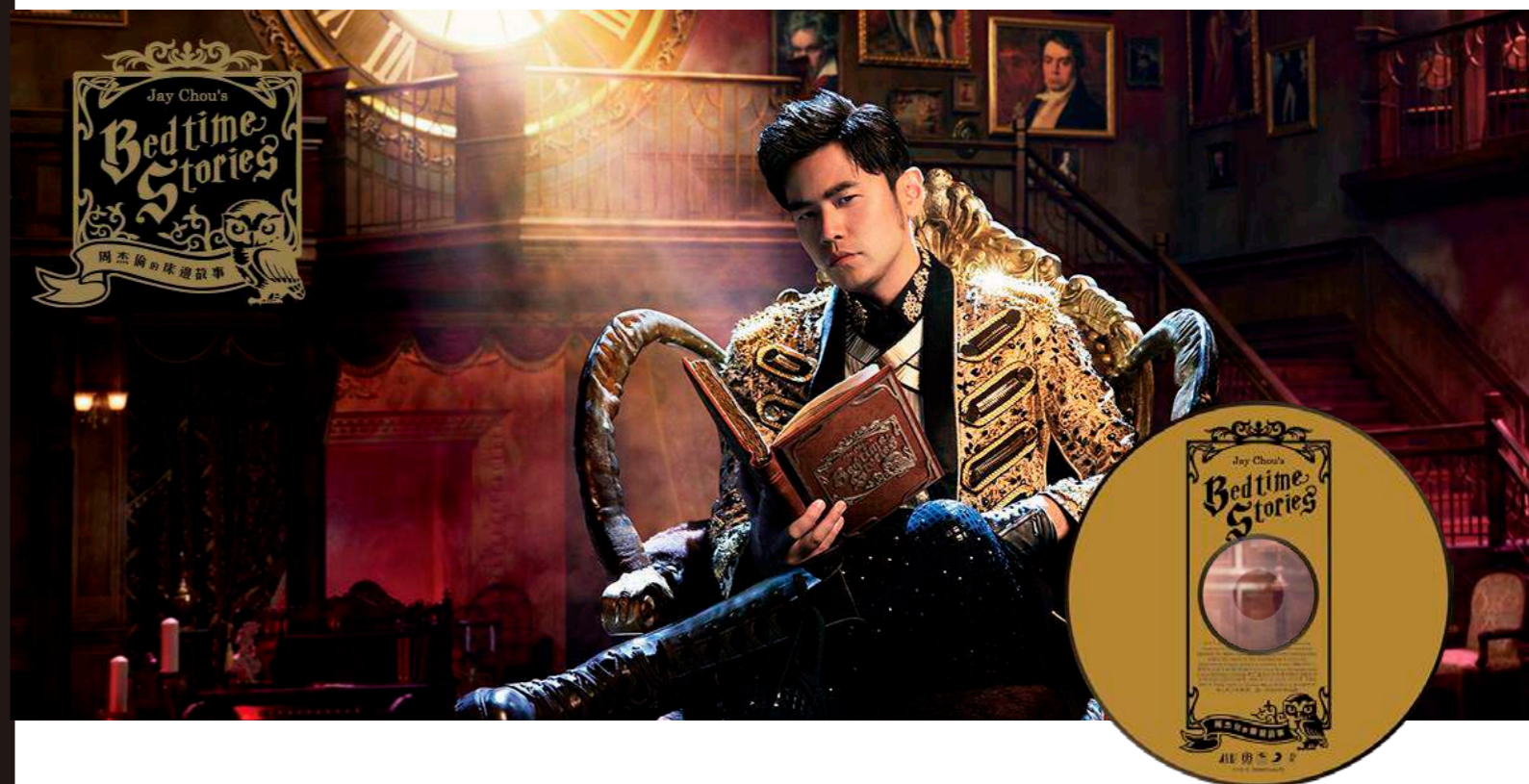


在實體CD稱霸的年代，唱片行是獲取音樂的最大通路，唱片公司主要營收來自實體CD銷售。「杰威爾音樂JVR Music」是周杰倫、方文山與楊峻榮共同創辦的音樂娛樂經紀品牌，旗下歌手包括周杰倫、袁詠琳、楊瑞代等，是台灣具有代表性的唱片公司之一，旗下新媒體經理徐劍銘 (Ricky Hsu) 認為，網路傳輸音樂的便利性雖消弭了地域限制，一首歌從本土發聲之後，已能以最快速度傳至全球國際，制定音樂作品的數位發行策略因此愈顯重要。

市場規模與商業策略並行

數位發行的居中要角，非音樂版權莫屬，Ricky表示：「與實體不同，CD是買斷式行為，沒有時效，音樂不會消失；串流音樂服務則屬租賃式，雖然一個月無限聆聽，若歌曲授權平台的時間到期，會導致聽不到歌的情形，這時平台與廠牌需要重新協商授權，讓音樂回到網路上。」

提及特殊的音樂推廣營銷案例，2016年，《周杰倫的床邊故事》專輯在騰訊「QQ音樂」平台做了首次只能透過「付費下載」，才能完整聽到整張專輯。「內地市場人口基數夠大，平台商業模式也較多，考慮到市場規模及用戶習慣，我們不僅需要在核心粉絲與用戶最多的渠道進行銷售，也顧及到未購買的用戶與粉絲的音樂體驗，所以搭配在線收看MV的宣傳，是我們平衡營銷策略的手段之一。」Ricky指出，這張專輯的全面上架日，特別安排了兩個月的時間差，即沒有選擇「付費下載」的用戶，要等到兩個月後才能在平台上聽到。這種商業策略使得《周杰倫的床邊故事》在短短兩個月內，創下銷售200萬張的成績。



音樂平台各有特色

每個音樂平台都是一家運作獨立的唱片行，各自有何不同特點？Ricky簡單作了一番分析：「KKBOX是目前台灣最主要的數位音樂平台，華語歌曲最多，從華語、西洋、東洋到獨立音樂的風格分類相當清楚，服務內的推薦圖示欄位也很醒目，就像帶着你逛美術館的導覽，而我們一般會跟市場上所有的數位平台聯繫和溝通，在盡量多的平台上架旗下歌手的作品。」

提及KKBOX與國際知名串流龍頭Spotify的差別，「Spotify則像一個巨大的搜尋引擎，可以把它想成Google，這裡的用戶多半是重度樂迷，他們很快就能找到自己想聽的音樂。」內地人口眾多、市場廣大，現在內地的一個音樂平台足以孵化出多元服務樣貌，除了保有KKBOX與Spotify的特色之外，也統包直播、社群互動、上傳音頻等功能。

音樂能見度來自內容， 擅用資源擴散聲量

面對內地、港澳與台灣四地新興的創作音樂人，該如何引起音樂的能見度？Ricky表示：「歌曲不是上架到所有音樂平台就完成工作了，歌曲推廣不該僅仰賴平台所提供的資源。」通常一個音樂平台具備一至二千萬首曲庫，要怎麼讓自己的歌曲跟所有華語歌曲競爭，這是創作音樂人的第一個課題。「其實方法只有一種，就是要寫出一首好的歌，歌要夠好，才會被平台推薦。」另外，創作音樂人要懂得擅用手邊的資源宣傳，如：社群影音平台Facebook、YouTube口耳相傳式的分享、轉發。

同時Ricky亦認為演藝娛樂的人脈連結亦需要一同進行協作，進而獲得更多關注。透過這些線上、線下的串連，讓自己的聲量擴散至最大。



• 徐劍銘出席2018金曲國際音樂節新創發表會環節

學習包容， 預見數位音樂未來的可能

數十年前的音樂產業，只有被簽約的藝人才具備發片資格，現在獨立創作者、素人若想做數位發行，已經可以透過aggregator、distributor將自己的作品發佈至各音樂平台。隨着平台技術的日益完善和普及，Ricky認為未來每位愛音樂之人都是可以作品曝光的幕後推手。

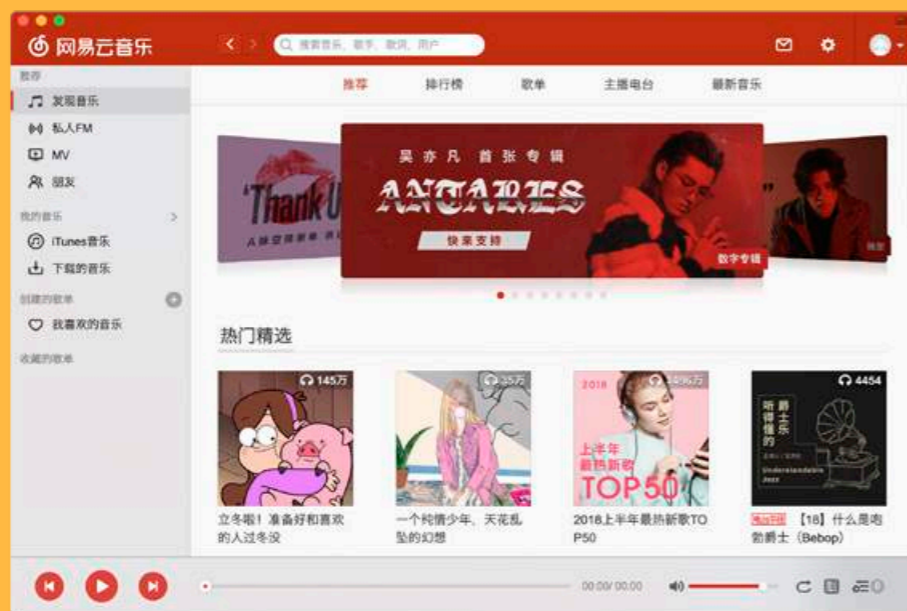
根據英國音樂科技產業MIDIa Research分析資料*指出：「2018上半年全球數位音樂平台的訂閱者已達三億人口。」對於數位音樂的未來，該有甚麼期待與準備？Ricky認為，目前還不是最完美的狀態，身為廠牌、版權方、平台或音樂人，對於各層面交互所產生的問題，都該保持開放心態，「不論是充分了解自己的內容，學習科技環境走向，多包容每個問題環節，才有空間碰撞出新的態勢」。



*資料來源：www.midiaresearch.com/blog/mid-year-2018-streaming-market-shares

網易雲音樂：

助推音樂的繁榮，扶植原創音樂內容



網易雲音樂，自2013年上線至今，已成為中國內地最大的音樂UGC (User Generated Content) 平台和最活躍的音樂社區，通過歌單、樂評、個性化推薦、視頻等獨特優勢，不斷幫助使用者發現和分享音樂。同時，平台打造「石頭計劃」及「雲梯計劃」全方位扶持原創音樂人等內容創作者，持續用互聯網的方式改善音樂產業。截至今年9月，平台入駐獨立音樂人超過七萬。



分工精細的內部運作

網易雲音樂目前主要用戶來自一、二線城市，用戶年齡層以90後、00後居多，一個音樂平台要能兼備多種音樂品味，流行、民謠、電音、古典、嘻哈等。這離不開平台產品和使用者屬性的特點；當然，也是內部團隊分工精細運作的結果。網易雲音樂表示：「數字平台發行團隊包括版權商務、曲庫入庫、營運上線、站內外新媒體傳播、內容策劃傳播、採編等工作類型，而當今的數位發行服務，只要授權方提供授權資料及歌曲相關信息，就可以透過平台進行發佈；同時，音樂人也可自己註冊帳戶，自行發佈。」

網易雲音樂團隊解說了平台端數位發行的工作流程，「首先完成音樂版權簽署，將曲庫導入平台，整理核對曲目資料，執行歌曲上架的動作，設計製作上架素材，在此同時，替歌曲推廣活動做全規劃。」一首歌曲需經過層層工作環節才能被聽見，音樂平台，好似一個馬不停蹄的生產線工廠。

建構線上線下的音樂傳播新生態

在音樂主要透過網路發佈的時代，網易雲音樂團隊認為，為了建構音樂傳播新生態，音樂推廣的方式其實有眾多玩法，「我們有音頻+視頻+直播+圖文+現場等多重覆蓋式的曝光管道，比如澳門音樂人Soler樂隊，目前在網易雲音樂已積累逾七萬粉絲，他們亦經常通過平台的歌曲評論區與粉絲互動；並發佈動態，分享最新音樂作品及工作生活動態。」

網際網路發展迅速，網易雲音樂上線了「短視頻」及「直播」功能，視頻與直播雙重並行，更能加強音樂推廣。平台亦產出自製視頻節目，「《雲村聽歌會》、《超級面對面》都是我們幫助進行歌曲宣發的管道。」除了線上完善的推廣佈局，《雲豆現場》及《雲上音樂節》，將是未來涉足線下活動的品牌經營重點，「《雲豆現場》至2018年9月，已組織二百多組藝人參加，超過600場的演出。」

音樂社交的力量具有很大價值

近幾年，「歌單」已成為發現與分享音樂的業界趨勢，網易雲音樂在內地音樂產品中首創以「歌單」為基礎的底層架構，替代了傳統的「曲庫」架構，網易雲音樂團隊指出，「曲庫架構下，使用者更多習慣將音樂下載到本地進行收聽，App產品形態更接近於一個提供下載的『本地播放機』，缺少用戶活躍度。同時，只有少數在市場上已經擁有相當知名度歌手的音樂作品能獲得充分的曝光，不利於廣大音樂作品的傳播。」

而在網易雲音樂的歌單架構中，用戶可以自行創建歌曲列表，其他用戶可以收藏、評論和分享，其架構基於社交功能，對於使用者更好發現和分享音樂，對於更廣泛音樂作品的傳播，對於使用者基於音樂進行交流互動，都具有很大價值。結合歌單、評論、UGC、個性化等眾多創新，網易雲音樂也打造出內地最活躍的「音樂社區」。

推助獨立原創音樂發展

為了推助獨立原創音樂的發展，網易雲音樂推出獨立音樂人扶持計劃「石頭計劃」和內容創作者扶持計劃「雲梯計劃」。

「石頭計劃」的工作項目包含推廣原創音樂、原創作品徵集、安排音樂人演出機會、粉絲讚賞變現、音樂培訓、發展音樂人周邊商品，透過大數據資料運作的音樂人指數體系分析等，網易雲音樂團隊表示「2018年5月底，入選『石頭計劃』原創作品徵集計劃第二季的音樂人木小雅發佈歌曲《可能否》，截止10月底，《可能否》樂評已經超過25萬，木小雅的粉絲數也從幾十個上升至超過19萬。」

「雲梯計劃」扶持包括音樂人、視頻作者在內的原創內容創作者，平台將通過廣告分成、原創內容激勵、自助數位專輯售賣、音樂人資源推廣等一系列產品功能的創新改進和營運機制的制定，扶持廣大內容創作者，推動其與平台共用數位音樂產業發展成果。



• 澳門音樂人Soler樂隊



• 音樂創作人徐秉龍在《雲村聽歌會》演出



• 泰山雲上音樂節



• 石頭計劃

澳門歌手鄧志峰：

不讓網路洪流淹沒、洞察市場、
與不同類型樂人共同合作



鄧志峰，澳門創作音樂人與演奏家，高中開始接觸音樂，大學時期選讀澳門理工學院音樂教育系，不僅專注投入音樂創作，也曾將自身專業才能應用至教育產業，他當過音樂老師，將自己的音樂創作和表演技能帶到小學課堂當中。同時作為暖巢廠牌的主理人的他，近兩年透過數位上架方式，發行了首張個人EP《珍妮花》。

The screenshot shows the Apple Music interface for the album '珍妮花' (Jenny Flower) by Deng Zhifeng. The album is categorized as 'Alternatif chinois' and released on November 26, 2016. It contains 3 tracks with a total duration of 12 minutes. The tracks listed are: 1. 寫真集 (3:28), 2. 琉璃 (4:07), and 3. 萬花瞳 (5:02). The page also features a 'Plus de titres par 鄧志峰' section with a list of tracks and their release dates.

• 鄧志峰透過數位上架方式發行首張個人EP《珍妮花》

選擇對自己較具優勢的平台合作

鄧志峰的歌曲在付費下載平台如：Bandcamp提供販售，也能在Apple Music、Spotify等串流音樂平台收聽，他表示：「作為音樂人，自己在選擇合作的平台時，會考慮哪個平台更有助於作品宣傳，而平台的用戶多寡是一個參考指標。除此之外，平台若對音樂人有所賞識，進而支持推薦，這也會擦出某種合作的火花。」

鄧志峰還認為，在這個數位洪流時代，網路隨時都能聽到不同音樂，許多資訊、歌曲「滑一下」便船過水無痕了，要讓自己的作品被充分注意，音樂人從選擇平台至發佈方式都需對市場生態擁有充分的洞察分析。「當今音樂隨手可得，若音樂人將音樂放上網路之後不做任何宣傳推廣，就是石投大海的行為，這時音樂在網路四通八達的世界裡，亦容易流為附屬品。」



音樂的原創精神愈顯可貴

聽音樂這件事因數位傳輸而變得更加便利，透過聽眾在網路上分享、互動，社群網路的推薦演算機制，均有助於開拓音樂人與不同界別產生連結，不過，對於這種現象鄧志峰提出了觀點，「音樂人在創作音樂上，會面臨兩種情況：繼續保持音樂的原創精神與純粹性，或者，創作迎合觀眾、製造話題的音樂。網路上流傳許多充滿記憶點的洗腦歌曲，如：PSY《Gangnam Style》、《勸世寶貝喵喵的喵電感應》、拾音社《Kiss Kiss Kiss》，這些歌曲確實成功引起了話題與聽眾熱烈討論，但其音樂性是否真的具有高度水準，也是需要思考的問題。」

他補充，一個有熱忱信念，致力產出維持音樂原創性的音樂人，除了創作能力，若想得到更多關注，也需了解市場、公關操作、團隊管理與項目企劃。

• 鄧志峰希望能用自己獨特的原創音樂打動聽眾

廠牌與音樂人實力不分軒輊

數位發行普及以前，音樂人需要簽約唱片公司才能進行發片，網路突破了疆界，每位聽眾各自有不同途徑接觸音樂，不再僅需要仰賴實體CD，這種不再只有單一選擇的現象，也改寫了廠牌與音樂人的發展關係。「音樂該如何在網路上做推廣，有效引起聽眾關注，是音樂人與廠牌同時會面臨的問題。」鄧志峰形容，從主流唱片公司、中小廠牌或發行商到音樂人本身，都會希望他們主推的音樂達到具成效與力度的傳播。

鄧志峰認為當今的廠牌與音樂人其實已經轉變為「各取所需」的夥伴關係，不分軒輊。當今的音樂人可以自己做數位發行，自己在平台上註冊帳戶，將歌曲上傳到音樂平台，毋須透過廠牌。就廠牌經營而言，會需要注入有實力能產出優質內容的音樂人，「廠牌與音樂人的實力相當，但是就合作層面來說，雙方團隊所具備的專業技能也已互為平行，因此多採各自分工，一齊共同完成演場會或音樂宣傳行銷活動。」

數位時代，不同類型樂人開展更多合作

被問及數位當道的發行趨勢對音樂人的影響，鄧志峰反思目前澳門音樂生態的概況，「嚴格來說，澳門欠缺一個屬於澳門自身的音樂市場」，致力推廣澳門音樂，在音樂圈行之有年的鄧志峰有感說道。「如何令澳門本地觀眾主動認識澳門音樂文化，熱愛這裡的文化產物，是值得關注的議題。」

目前仍在台灣就讀表演藝術碩士的鄧志峰，未來主要的規劃是發行首張個人粵語專輯與兒童合唱團作品集，「這些兒童其實是我的學生，音樂元素會融合流行、古典與實驗風格。」他表示，自己想打破一般世俗對兒童合唱團的印象，因此樂隊陣容也邀請不同樂手合作，期望在這個計劃中找到創新的音樂表演模式，在聽眾的心中留下一個位置。

文 | Jasper Hou

圖 | Wong Chi Kin、黃建平及受訪者提供

聖誕限定！

文創禮品搶先看

每年第四季多為銷售旺季，商戶各出其謀招攬顧客，而本澳的文創單位又會怎樣做好針對聖誕季的市場營銷，推出招數吸引客人？今期《C²文創誌》邀來O-Moon、創意光點、M軸空間及澳門時尚廊四間本地文創商店，分享他們在即將到來的聖誕節所舉辦的推廣活動以及推出的產品，為讀者帶來今年最新鮮的聖誕優惠情報！



O-Moon



創意光點



M軸空間



澳門時尚廊

Creative Spot_{macao}

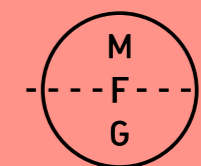
澳門順成街18號
威利大廈地下B舖

mm
M 軸空間 · Dimensões M · M Dimensions

澳門南灣湖景大馬路
470-756號南灣湖廣場
(雅文湖畔) 地窖編號
C/V-M1(S2)及L1(S3)



氹仔告利雅施利華街22號



澳門時尚廊
GALERIA DE MODA DE MACAU
MACAO FASHION GALLERY

澳門聖祿杞街47號



澳門十月初五街124A號
樂昌大廈地舖





暖手蛋充電器 MOP195



聖誕發光筆記本 MOP170

O-Moon自家製
實用皮具系列
MOP200起



聖誕溫暖咕啞被
MOP218

O-Moon自2016年7月開業至今在澳門開設了兩間實體專門店，目前全澳門有十多個銷售點，產品均由旗下兩位原創設計師繪畫設計完成，充滿創意及本土色彩，無論送禮或是自用都頗受歡迎。

每年O-Moon都會專門為聖誕節設計裝飾和禮品，而今年將以紫色為設計基調，產品包括以點亮紫色聖誕樹為主題的發光筆記本、可作為手機充電器的多功能暖手蛋等。此外，O-Moon今年還將繼續推出自家製皮具系列，新款的產品除了保留原有品質外，將更加注重設計感和實用性。除了一系列自家品牌產品外，今年O-Moon將與Sanrio合作，獲得Hello Kitty澳門地區授權，設計及生產一系列具有澳門特色的Hello Kitty產品。所有聖誕季商品已在11月底正式推出市場。

Creative Spot_{macao}

30日挑戰任務卡
(西班牙)
MOP130



Pillow notebook
(韓國)
MOP330



音樂不倒翁
Roly Poly (德國)
MOP100



Scratch map (英國)
MOP200-430



傳統鐵皮聖誕玩具
Tin Toy Santa Claus
(德國)
MOP130



2017年9月初開業的創意光點，以創意和好玩為產品上架理念，希望顧客能夠買到與眾不同的smart gifts，目前店舖主要銷售歐美及本地原創品牌產品，而自家設計的品牌產品將於2019年推出市場。

今年聖誕期間，創意光點將繼續舉辦「筆記本乒乓球比賽」，利用仿乒乓球拍材質對面的筆記本進行乒乓球比賽吸引消費者參與，並計劃將其打造成一項全民聖誕派對活動！另外，店舖亦挑選了一些適合在聖誕期間購買的商品推薦給讀者，產品來自不同國家，價格均在一百多至三百元左右，無論送禮還是自用都相當合適。參考上年的銷售情況，今年創意光點在聖誕季的銷售額預計較其他季節高出八到十倍！



原質東隅DIY數位相機
MOP1,080起



M 軸空間 · Dimensões M · M Dimensions

聖誕暖心福袋
MOP100/150/200
日期：12月8日至12月25日



「M軸空間·南灣店」位於南灣·雅文湖畔，讓澳門文創企業及手作藝術家進駐，推廣本地原創產品，空間定期舉辦商品發佈、工作坊、展演、展覽等藝文活動。透過匯集澳門文創力量，打造嶄新的藝文景點。

在今年聖誕季M軸空間將推出不同價格的聖誕暖心福袋，讓顧客在聖誕季會有更多的購物選擇。另外，除了在店鋪裝飾上花更多心思外，因應店鋪所處的雅文湖畔旅遊區位置，M軸空間將與鄰近商戶合作，共同將店鋪的外圍空間打造得更具聖誕氣氛，吸引市民和遊客。同時，店鋪還將於12月舉辦不同的藝術結合產品銷售的活動，當中包括邀請香港水彩藝術家蔡逸俊開設的聖誕花水彩工作坊，以及邀請澳門英文書法家為顧客於木紋音樂盒外寫上英文祝福字句的聖誕紀念日音樂盒。

M軸空間還推薦一些富有創意的產品適合在聖誕季購買，如3D立體拼圖及兩個本土品牌「藝質」及「原質東隅」出品的創意產品。

JIGZLE 3D
立體拼圖
MOP69起



藝質手作產品
MOP160起



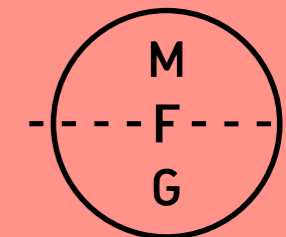
聖誕紀念日音樂盒
MOP280
日期：12月1日至
12月25日



LONELY TONES信封袋
品牌：FORTITUDE X DenimWorks
MOP150



MACON聖誕禮盒
(一件冷衫+面膜+朱古力)
品牌：MACON
MOP218-238



澳門時尚廊
GALERIA DE MODA DE MACAU
MACAO FASHION GALLERY

澳門時尚廊是以推廣時裝設計和時尚藝術為主的文創綜合空間，定期舉辦不同類型的時裝設計展及服裝、配飾寄售活動。目前，與時尚廊合作的本地設計師逾70位。在不同的節慶日子，澳門時尚廊均有推廣產品的優惠活動，當中包括針對部分季節限定原創產品的折扣優惠及提供禮物包裝服務等。通過一系列的促銷活動，時尚廊在聖誕季的銷量估計將比平日高出50%。

在即將到來的聖誕節，時尚廊亦為讀者推薦數款由本地設計師全新設計出品的時尚商品，包括領帶、信封袋、絲巾、服飾等，這些商品時尚同時又充滿澳門味道，十分適合遊客和市民在聖誕季購買！



細味澳門—澳門世遺絲巾及領帶
品牌：CPTTM
絲巾 MOP370
領帶 MOP240
同色系列之絲巾及領帶(一套) MOP549



Stardust Journey絲巾
(格力犬的退休生活 / Blessing Hamsa)
品牌：Stardust Journey
MOP320-780

融合創新及 情懷的貓王收音機

訪創辦人曾德鈞



你最近一次聽收音機是甚麼時候？對90後及00後的朋友，或者要問：你知道甚麼是收音機嗎？進入大數據年代，甚麼訊息娛樂都唾手可得，聽收音機仿佛停留在上一世紀。但內地一個收音機品牌近年卻人氣爆燈，今年產品銷量更逾百萬台，究竟魅力何在？「如果你將復古做好了，它就是一種時尚。」貓王收音機創辦人曾德鈞如是道。他最近亦受邀到澳門「塔石藝墟」舉行講座，分享自己的品牌故事。



像外星人般的神奇箱子

首先要提的是曾德鈞已步入花甲之年。出生及成長於內地動蕩時期的他，自小就為收音機著迷。「我當時只是覺得收音機這個東西太神奇，就像一個外星人站在我面前。」在那個資源貧乏的年代，他憑住一腔熱情，在無師自通的情況下，慢慢地摸索這個「箱子」的奧秘。

隨後數十載，曾德鈞當過兵，期間亦負責部隊音響設備的維護及打理，那段回憶卻讓他對收音機始終念念不忘。通過前期創業累積到一定資本後，他2004年決定開始研發及生產收音機。「當初其實是沒有商業目的，就是做給自己，只是後來發現原來市場上有很多(收音機)愛好者，然後就決定把自己的作品變成商業產品。」

打響名堂 受眾群年輕化

「前十年賣得並不好，一年就大約幾百台。」原因不外乎是產品的目標客群定位在65歲左右的人士。「收音機在這些年被邊緣化，作為訊息傳播工具之一，它的作用已被弱化，因為現在是訊息爆炸的時代，我們有手機、電腦。」如何扭轉這趨勢？今年六十有餘的曾德鈞給出五個字：擁抱互聯網。

2014年，他在年輕朋友介紹下認識眾籌這種新興的集資及營銷模式，既能獲取資金推出產品，也能讓更多受眾認識品牌。直到2015年初，貓王收音機在內地最大的互聯網眾籌平台之一「京東眾籌」打響名堂，短短四十多日籌得人民幣360萬元，改寫該平台音樂硬件眾籌金額第一名的紀錄。有見及此，曾德鈞也將產品目標客群的年齡從65歲逐步下降至25歲左右。「受眾人群愈來愈年輕化，產品愈來愈時尚化，人群又喜歡我們的東西，所以量也賣得愈來愈大。」



產品性能著重用戶體驗

趕上時代步伐的不只是營銷方式，還有產品的性能。跟傳統收音機相比，現時貓王收音機設有藍牙、WIFI等功能，可以搖身一變成為音樂播放器，並充分利用大數據技術去分析客戶喜好。「傳統收音機只能夠聽本地節目，我們的收音機可聽世界各地的節目；傳統收音機只能夠有甚麼聽甚麼，我們的可跟隨你的個人興趣及愛好而推送你想聽到的。」曾德鈞自豪地介紹道。

貓王收音機亦著重用戶體驗，在設計上主打復古風，如純實木手工打造的箱體，充分反映了團隊之心思。「我們看到年輕人購買產品時，並不是買一個功能，更多的是買一份感覺。」貓王收音機正好在這方面迎合他們的需求。「收音機一方面是一種情懷的象徵，另一方面是一個時代的代表。」



創新永遠跑得更快

• 曾德鈞於塔石藝墟主講

社會發展日新月異，每分鐘都有林林總總的新品上架，但貓王收音機暫時仍能保持穩定的增長。從過去每年只賣出數百台，到去年共賣出60萬台，曾德鈞預計今年銷量更可能多達百萬台。「第一，我們設計比較好；第二，我們產品創新；第三，我們對用戶的尊重；第四，我們產品物美，價格也不太高。」他總結道。

事實上，貓王收音機是曾德鈞第六次創業。在過去數十年，有成功過，也有失敗過，他認為創業最重要的是堅持初心，當然也離不開創新。「做文化創意的，自己一定要有文化底蘊。」他鏗鏘地說。「創新的永遠是創新的，只要積極不斷地創新，一定比模仿跑得更快。」

國華戲院大舞台 ——

活化翻新打造多功能演出場地



國華戲院，相信大多數澳門人並不陌生，最近戲院歷經九個月的活化翻新，搖身一變，成為寬闊嶄新的大舞台，除了翻新場地、保留具有歷史意義的物件，還添置全新的舞台燈光音響，為文化創意產業打造多功能演出場地。項目發起人關偉霖（William Kuan）聯同營運人林偉雄（Mark Lam），為我們介紹活化國華戲院的經過及經營模式。

「修舊如舊」保留歷史氛圍和集體回憶

走進國華戲院，舊時的菲林放映機、拉片幻燈機，甚至連30年前已經存在的土地神龕，在這裡都可以看到，因為一開始關偉霖對於翻新國華戲院的規劃就是要將它「修舊如舊」，他表示：「這裡每一樣東西的觀感，均與舊時戲院一模一樣，我希望將國華戲院的歷史氛圍和集體回憶保留下來，亦能夠讓大家意識到保育的重要性。」

對於戲院的翻新工程，林偉雄則認為：「將具有歷史價值的東西保留下來，要花費更大的心機和精神。例如戲院裡面的櫥子，將其翻新其實比重新購買需要花費更多成本。」「澳門地方細，寸土寸金，能夠用來給演藝界表演的場地不多，收購國華戲院，亦想給本土劇團一個真正貼近社區的舞台。」關偉霖補充道。



• 活化後的國華戲院保留着舊時的菲林放映機



• 營運人林偉雄



• 項目發起人關偉霖

「工學結合」培養本地舞台技術人才

在規劃上，活化後的國華戲院主要租借給演藝團體使用，林偉雄指出：「戲院重啓後，會以相對較低的價格租借給本地文創及演藝團體使用，但可能暫時不考慮在商業院線方面發展。活化後的戲院在今年8月正式對外租借使用，戲院的重新啓用亦有助於整幢國華商場的活化。」

同時，戲院亦會用於培養本地舞台方面的技術人才，關偉霖表示：「在舞台燈光、音響設備管理層面，我們跟澳門創新學院合作，與校方共同設立職業技術培訓、實習及職前體驗基地，整個戲院舞台的台、燈、聲系統將由學校負責，同時亦為該校演藝課程中約40名的學生提供實習機會，開展舞台管理、演出實習、技術培訓等，為本澳相關行業的發展提供人才。」



充足的舞台設備滿足不同演出需求

國華戲院翻新開業至今不足兩個月時間，已經有街舞比賽、歌唱表演、樂團演出、典禮等不同類型的節目預約，其經營狀況良好，基本可以達到收支平衡，林偉雄表示：「翻新後的國華戲院最大優勢是具備充足的舞台設備，對於一般歌唱比賽、演講、典禮等活動，主辦方只需要將banner和觀眾帶過來即可，戲院提供技術人員和演出所需的mixer、燈光、電腦、音響等設備，基本上不需要再外購。」

談及目前租賃舞台的收費模式，林偉雄表示：「在戲院翻新開業首階段，本澳非牟利團體租用，費用為每四小時4,000元左右，若想額外增加四小時用作綵排、測試等，總共只需6,000元左右，便可以租用場地八小時，價格亦包含使用基本舞台裝置及技術人員；若是商業機構或演出團隊租用，價格就會比非牟利團體高30%，使用八小時的價格約為8,000元，價格比澳門其他同類型的表演場地相對便宜。」

融入大灣區 進行緊密互動的交流合作

國華戲院屬於國華商場的一部分，翻新過程中與商場內各舖位的業主溝通，共同對公共設施進行修葺，是活化過程的重點工作之一。關偉霖表示：「國華商場歷久失修，戲院樓下的整個商業環境有不少缺陷，就像商場的電梯需要修復才能使用，於是就需要跟業主們溝通，共同出資修復這些公用設施。我希望得到更多業主們的理解，自己不單單是想將四樓的國華戲院做好，而是希望把整個國華商場都活化起來。」

未來國華戲院大舞台將加強與粵港澳大灣區不同城市的表演場地及演藝團隊交流，關偉霖表示：「目前不少大灣區內不同城市的演藝團隊都希望跟國華戲院合作，比如廣州的粵劇團、香港的油麻地戲院、皇都戲院等，將相互交換各地優秀的演出作品，與大灣區的演藝界進行更加緊密及互動的交流合作。」



• 翻新後的國華戲院大舞台舉辦開放日活動及決戰中國（澳門賽區）街舞比賽



第三屆澳門國際影展暨頒獎典禮

日期：2018年12月8日至14日
時間：查閱節目表
地點：查閱節目表
票務：\$60
內容簡介：今年影展繼續開來，以「銀幕盛宴戲象一新」為主題，為觀眾及業界準備了一場無限可能的革新銀幕新戲象。為觀眾平台，加添欣賞電影的可口調味；為電影業平台，造就新銳入門階梯；為交匯平台，搭建國際及觀眾相遇的新橋樑。
主辦單位：澳門特別行政區政府旅遊局、澳門影視製作文化協會
網址：www.iffamacao.com



學院派演出季《四碌葛之女生宿舍1990》

日期：2018年12月28日至30日
時間：20:00 (12月28日至29日)；15:00 (12月30日)
地點：澳門南灣舊法院大樓
票務：\$140
內容簡介：1990年台灣師範大學的女生宿舍裡住了四個女生，她們每天為情所困，明明只想好好的談一場戀愛，卻困難重重。她們發現現代的自由戀愛觀其實沒有比較好，過於自由的選擇也只會選到各種渣男而失望。她們應該繼續相信愛情，還是甘心的認命好呢？
主辦單位：葛多藝術會
網址：www.facebook.com/godotartassociation



「hush! x 本地文創徵集」計劃

申請日期：即日起至2019年1月11日
申請時間：9:00-13:00-14:30-17:45 (星期一至星期四)；9:00-13:00、14:30-17:30 (星期五)
申請地點：文化局文娛活動處
內容簡介：為拓展hush!的品牌及加強與本地文化創意產業單位的合作，從而配合特區政府經濟適度多元的施政目標，文化局去年進行了hush!商標註冊，現提供hush!商標供本地文化創意的個人或企業開展產品，透過hush!的音樂品牌平台以及利用音樂會周邊的環境設施，積極推動本地文創發展，發揮協同作用。
主辦單位：澳門特別行政區政府文化局
網址：www.icm.gov.mo



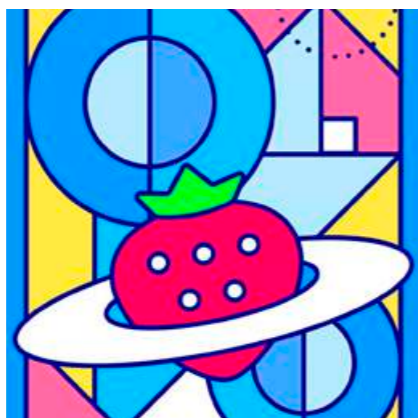
藝力匯聚 Art Power Jamming——第二場《軟硬時刻的對話》

日期：2018年11月22日至2019年1月16日
時間：11:00-18:00 (逢星期一休館)
地點：澳門瘋堂十號創意園展覽房B05
票務：免費
內容簡介：作品展橫跨2018至2019年，為期一全年。由十二位方舟會員，每兩位會員以兩個月為一期，合共六期，每期運用不同媒材、不同主題所打造的作品展覽。第二場《軟硬時刻的對話》參展人為岑麗嬌及黃安兒。
主辦單位：方舟澳門藝術學會
網址：www.facebook.com/events/2202583720060828



瑞士多媒體互動設計展

日期：2018年10月6日至2019年1月27日
時間：10:00-20:00 (逢星期二休館；2018年11月25日、12月2日及9日暫停開放)
地點：香港知專設計學院體驗中心 (香港新界將軍澳景嶺路3號)
票務：免費
內容簡介：設計展展示十個瑞士蘇黎世藝術大學和畢業生近年傑出設計項目，包括工業設計、視覺傳播、感官探索以及實時互動的裝置作品。年輕的設計師們從設計行業數碼化的趨勢中獲取靈感，以玩樂但不失認真的方式表達創意，製作出環繞社交、體驗和概念性主題的作品，描述日常生活的各種故事。
主辦單位：香港知專設計學院、蘇黎世藝術大學
網址：www.hkdi.edu.hk/tc/hkdi_gallery/gallery.php?product_id=80



2018深圳草莓音樂節

日期：2018年12月8日至9日
時間：14:00
地點：華潤深圳灣體育中心「春蘭」體育場 (深圳市南山區濱海大道3001號)
票務：RMB280-RMB520
內容簡介：震撼無比的音樂節現場，讓成千上萬的觀眾享受新潮、有趣、喜愛的生活方式。沸騰的氣氛傳達著對經典的致敬，傳承一代又一代人的直言不諱、特立獨行。希望每個年輕人都能用快樂、新潮的方式生活，盡情展現，表達自我。
主辦單位：摩登天空



捷克與斯洛伐克平面設計100年

日期：2018年10月16日至2019年2月24日
時間：9:30-17:30 (逢星期一及特殊日休館)
地點：台灣設計館06展區 (台北市信義區光復南路133號)
票務：TWD60
內容簡介：展覽以捷克與斯洛伐克平面設計的歷史與發展為主軸，展示兩國具代表性的平面設計師、布魯諾國際平面設計雙年展、斯洛伐克設計中心與斯洛伐克電影協會等相關海報、書籍、字體設計等作品，展現其平面設計作品多元豐富的美感思維。
主辦單位：台灣經濟部工業局
網址：www.songyancourt.com



幼兒感官舞蹈劇場《呼呼·呼》

日期：2018年12月15日至16日
時間：查閱節目表
地點：澳門南灣舊法院大樓二樓——黑盒劇場
票務：\$150
內容簡介：《呼呼·呼》是「風和海的故事」，集合感官刺激、音樂、舞蹈、多元互動等元素，讓幼齡小朋友和家長體驗劇場裡的無限可能，遊走在詩意與歡樂的氣氛之中。活動適合二至五歲的幼兒。
合辦：大老鼠兒童劇團、香港五感感知教育劇場
網址：bigmousekids.wix.com/bigmousekids



燦園——管懷賓作品展

日期：2018年11月2日至2019年2月24日
時間：10:00-19:00 (逢星期一休館)
地點：澳門藝術博物館
票務：免費
內容簡介：是次展覽展出中國著名當代藝術家管懷賓於2011至2018年期間之裝置藝術作品七件和影像作品九件，共16件(套)。管懷賓善於將傳統文化元素解構並融入到自身的藝術語言系統和作品構架之中，以「燦園」為主軸線，根據展場空間造「園」，為觀眾帶來全方位的新媒體藝術體驗和深度的思想碰撞。
主辦單位：文化局澳門藝術博物館
網址：www.mam.gov.mo



2018澳門國際幻彩大巡遊

日期：2018年12月16日
時間：15:00-18:30
地點：查閱節目表
票務：免費
內容簡介：第八年舉行的澳門國際幻彩大巡遊是慶祝澳門回歸祖國的重要慶典之一。今年的主題「VIVA任務：打開神秘密令」講述吉祥物VIVA仔接到神秘密令，進行蒐集民間傳說的任務，遇上象徵中國、澳門及八個葡語系國家文化起源及精華的民俗圖騰和吉祥物，從源遠流長的經典神話故事獲得神奇力量，舉行「愛、和平、文化共融」的派對，共慶回歸。
主辦單位：澳門特別行政區政府文化局
網址：www.icm.gov.mo/macaoparade

盧子英



資深動畫人，1977年開始獨立動畫創作，作品連獲四屆香港獨立短片展動畫組冠軍並升格為評審。翌年加入香港電台電視部擔任動畫師直至1993年止。近年主力推動香港動畫文化創意產業及策劃動漫展覽，最近擔任「香港台灣動畫50年大展」策展人。現任香港動畫業及文化協會秘書長。

定格動畫的過去與未來

在電腦動畫仍未普及的時代，傳統動畫的表現技法主要分為兩大類，

那就是「手繪動畫hand drawn animation」及

「定格動畫stop motion animation」。

兩者最大分別是視覺上的感覺，尤其是立體感和質感的表現，其中又以手繪動畫比較流行及被大眾接受，從迪士尼到日本動畫，都以手繪為主，早期的定格動畫多為短片，而較多被運用於傳統電影的特技場面之中，故此，早期動畫史上，讓人印象深刻的定格動畫着實不多，這情況直至90年代才有所改變！

比較起手繪動畫，定格動畫在技術上其實頗多限制，首先要解決地心吸力的問題，因為定格動畫的角色都是手觸得到的實物模型，那怕是木偶還是泥膠公仔，要使之長期置於場景中，任意擺出指定動作，再以單格拍攝，其實毫不簡單，尤其是前電腦時代，動畫師們都花了不少時間去解決技術障礙，那麼你會問，為何要拍定格動畫呢？

自從動畫技術出現，除了可以將平面的繪畫變得栩栩如生，更有人想到以不同物料製成可動木偶角色，於小型佈景中演戲，為的是可以透過不同物料，再配合燈光效果及鏡頭運用，輕易取得富立體感和不同質感的動畫，而且不同於手繪動畫般要先繪製大量畫稿才可開始拍攝，定格動畫的模型道具準備好之後就可拍攝，甚至於拍攝期間可即興改變動作，這都是定格動畫吸引人之處。

踏入90年代，有兩部重要作品讓觀眾再次認識定格動畫，其一是來自英國Aardman Studios的泥膠動畫《掌門狗》系列，另一部就是添布頓的《怪誕城之夜》；這兩部作品盡顯定格動畫特色，豐富的立體場面及有性格的角色，再配合一系列的商品立體化，風頭一時無兩，當觀眾有機會一睹這些作品的幕後製作過程，就更驚嘆一班動畫師所下的功夫。



當電腦動畫技術開始普及，有人認為立體感很強的電腦圖像根本就是進化版的定格動畫，不但質感的選擇更多，拍攝用的虛擬立體空間更解決了地心吸力等技術限制，但事實上，近年的動畫市場上，無疑以電腦動畫為主，但定格動畫仍不斷出現，而且得到不少觀眾垂青，原因很簡單，就是大家在欣賞動畫之餘，可以同時欣賞一眾技師的手作藝術，有時雖有瑕疵，但這都是電腦動畫所缺乏的，也正正是定格動畫可貴之處。

動畫本身就是藝術，單純以製成品來看，可能有人不太分得出電腦立體圖像還是定格動畫的模型道具，但如果你有機會去看定格動畫的展覽，就會發現一部動畫除了是一部視聽作品，也可以是一部立體感豐富的雕塑展，就像以前的手繪動畫，那些拍攝完的一張張畫稿，都可以放進博物館去展出呢。

近期的定格動畫話題作，首推Wes Anderson導演的《犬之島》了！那些令人目不暇給的精緻模型，配以獨特的色彩美學，有趣的狗角色等等，可謂百看不厭！

徐欣羨



電影導演，2012年憑紀錄片《櫃裡孩》獲得「2012澳門國際電影及錄像展」評審大獎，並獲邀在亞洲及歐洲多個影展放映。其後赴香港演藝學院修讀電影製作碩士課程，畢業作品《小學雞大電影》入圍2013年「香港亞洲電影節」。紀錄片《荒蕪中栽花》獲得「2014澳門國際電影及錄像展」評審推介獎。近期作品《骨妹》獲選為「第一屆澳門國際影展」競賽影片，獲得「澳門觀眾大獎」，亦獲「第36屆香港電影金像獎」兩項提名。

澳門電影工作者薪酬問題

對於想要嘗試入行的年輕人，

其中一個大家很關心的問題是電影行業的薪酬問題。

與鄰埠香港的電影產業不一樣，澳門的影視製作才剛起步，所以澳門也沒有電影從業員的工會去協商一個固定的薪酬標準，換句話說，澳門的電影工作者是沒有最低工資，也沒有一個規定可以參考。

電影工作者的範圍很廣，從導演、編劇、演員、攝影到美術、製片和收音等，工種很多，包含的技術人員也很多。當中主創人員的薪酬差距最大，從無酬到幾十萬元不等，可算是最難判斷。以編劇為例，按一千萬以下製作成本的電影來算，編劇一般收費大概是十幾萬至百萬元不等，這當然跟編劇本身的名氣，還有製作成本的分配有關。我們雖然常稱劇本是一劇之本，但編劇的薪酬問題，就算在已有成熟電影工業的發展地區，還是會有爭議。回到澳門，編劇這角色更不用說，一般編劇只收到幾千元，最多是幾萬元，如果導演自己是編劇更可能一分錢都收不到。這嚴重失衡的問題，導致澳門缺乏編劇，需要找編劇時往往要向外尋找，但如果題材是關於澳門，則要花更多時間跟編劇解釋澳門的歷史背景和現在的民生民情。

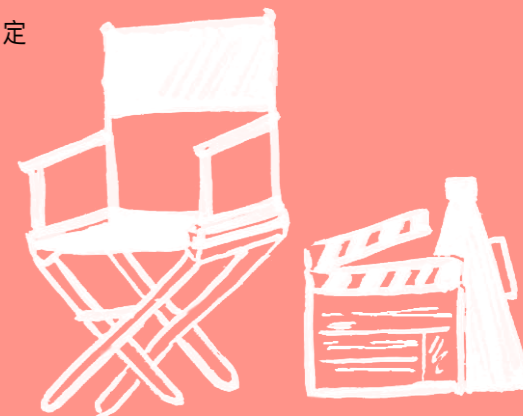
另外一類很具爭議的人員酬金是技術類的工作人員。以攝影和燈光組舉例，攝影師的價錢是很浮動的。正常拍攝的算法，人工是按組數來算，一般一組10到12個小時，超時再額外算。首先，澳門的劇組很少能做到按時數來算，這牽涉到的原因很多，當中最關鍵當然離不開錢的問題。記得有一次跟澳門的某製片對話，聊到澳門的機燈組人員為



甚麼工作時這麼長，也沒法算超時的錢。從投資者的角度分析，澳門電影的回報率低，投入愈低的成本，虧損的風險愈低。然而從工作人員的角度，必然是希望能多拍幾天，分擔每天的工作時數，而且可以提升拍攝質量。雙方的邏輯都能理解，只是要投高的投資成本，在沒銷售出路的情況下，暫時還是條死胡同。再者，投資者也會質疑澳門工作人員的資歷問題，同工不同酬常常出現，如果是別的地方來的電影工作者，他們願意付出一倍甚至更多的薪酬。當然，我們本地的從業員也要撫心自問，香港的機燈組和導演組，是全亞洲甚至世界都有名的，他們最有名的就是速度和準確，澳門的工作人員有信心和他們比較下也不會差嗎？有信心速度上跟得上工業的節奏嗎？不過澳門工作人員缺乏拍攝機會和鍛煉又是另一個相對應的問題。我們一直與鄰埠的薪資作比較或參考，但又一直達不到，對澳門電影工作者來說只是加重了怨氣，而沒有一個解決出口。

電影工作者的薪酬問題，是一個難以判斷，也難以訂立規定就能解決。從事創作性的崗位，很難憑作品或創意來決定，她/他的薪酬應該是多少。從事技術性的崗位，也難以從她/他的年資來簡單判斷，有些人做了兩年就青出於藍，有些人做了十年還渾渾噩噩，那我們能憑甚麼判斷呢？夢想還是需要麵包去支撐，當然我們可以同時做着別的事情，然後用熱情去維繫這興趣。

但當電影製作在澳門只是興趣，那電影在澳門就永遠沒辦法成為一門文化產業。



林小雲



藝術策展人及自由作家，曾於美國、北京及澳門等地從事文化藝術策劃工作。本科於北京大學修讀中文及藝術學（文化產業管理）雙學位，畢業後任職於澳門特區政府文化局，曾設計及實施涵蓋時裝設計、電影、流行音樂等範疇之推動計劃。2016年赴美留學，取得紐約大學藝術行政碩士學位。現於紐約市文化局公共藝術部門從事策展及行政管理工作。

紐約藝術求生指南——兼談地方藝文政策

如果將一個地方的藝文界比作生態系統，

紐約的藝文界大概是一座熱帶雨林，多樣化的文化藝術創造

和體驗是這座城市最迷人的地方。

而要滋養這個系統的多樣性，

差異化和多元化的藝文資助便必不可少。

紐約市的五大區均有一個相應的地區文化協會，推動區內的文化藝術發展，向各類小型藝術組織和藝術家提供支援。舉例而言，曼哈頓有「曼哈頓下城文化協會」(Lower Manhattan Cultural Council)、皇后區有「皇后區藝術委員會」(Queens Council on the Arts)，這些機構屬民間非營利組織，亦是政府的合作夥伴，從市政府、州政府和其他途徑獲得資源，再向中小型機構和個人發放資助。紐約本地許多初出茅蘆的藝壇新人都是憑着這類資助，走上專業發展的道路。

這類地區文化協會發放的資助金額通常較少，以曼哈頓下城文化協會的「創意參與」資助計劃為例，最高資助為八千美元；但相應而言，其資助的數量則比較多，每年資助達數百個項目；其申請的門檻亦較低，對申請人沒有經驗和組織規模的下限要求。而由於這些機構支持的對象往往是藝壇新人和小型機構，它們更重視「授人以魚不如授人以漁」的理念，往往舉辦許多針對性的免費工作坊和講座，支援藝術工作者的專業發展。各區文化協會和紐約市文化局的合作十分緊密，在資助時間、對象規模、資助金額上相互銜接互補。舉例說，每年申請人在得知政府資助申請結果後，若獲得資助，則不可再申請地區資助；否則，便正好是地區資助的開放申請階段。這種銜接的制度使得藝文機構和個人在發展的不同階段都可獲得相應的資源和協助。



為了扶持初創藝術組織，美國還有一類機構，稱為「財政贊助機構」(fiscal sponsor)，主要作用並非提供贊助，而是提供非營利機構的「身分」。在美國，一般而言，贊助人必須贊助註冊的非營利機構才可獲得稅務減免；但許多小型藝文機構未必有註冊為正式的非營利機構，因為行政、法律、稅務上的要求相當繁瑣。這時，這些組織和團體便可以通過成為「財政贊助機構」的會員，獲得非營利機構的「身份」，使其贊助人獲得稅務減免。這類機構的存在，使得許多初創藝文機構無須投放太多時間和成本亦能爭取更多的社會資源。這種機構有時亦會成為政府的合作伙伴，並擔當行業培訓者的角色，推動藝術家和小型團體的專業發展——紐約藝術基金會 (New York Foundation for the Arts) 便是其中之一，其對本地藝文社群可謂「關懷備至」，例如為了減低華人從業者在語言方面的障礙，還專門開辦許多用華語講授的專業工作坊和講座。

紐約這一類地方性的、針對中小型機構和個人的藝文資助機構和制度，對許多銳意推動文化事業和文化產業的城市其實很有參考的作用。這一體系大致形成於上世紀七、八十年代，以回應其時藝文社群的發展和訴求，經過數十年，才形成目前的專業規模。這類機構和制度不單為藝術社群提供關鍵的補助，更為其提供行政和專業發展上的支援，是紐約重要的創意孵化器。與此同時，由於地區文化協會為非政府組織，亦相對地減少了政府透過資助對創作自由的影響和干預。正是這種分散，同時又互補的資助制度和理念，令紐約文化創作變得多樣而自由。



• 曼哈頓下城文化協會開辦的講座
圖/曼哈頓下城文化協會



• 曼哈頓下城文化協會資助的地區活動
圖/曼哈頓下城文化協會

袁紹珊



北京大學中文系及藝術系(影視編導)雙學士、多倫多大學東亞系及亞太研究雙碩士，研究方向為文學及電影。獲「美國亨利·魯斯基金會華語詩歌獎」等多個獎項，曾任美國佛蒙特創作中心駐村詩人，應邀出席葡萄牙等多個國際詩歌節，擔任澳門首部原創室內歌劇《香山夢梅》作詞人。在兩岸暨港澳地區出版過多部詩集。長期從事學術及出版工作，並為台港澳多家媒體撰寫專欄。



生逢盛世，總是輕易被各類飲食節目包圍。

以火爆主廚Gordon Ramsay為首的真人秀《我要做廚神》和《廚房噩夢》，類近food porn的《主廚的餐桌》和《舌尖上的中國》等，我也照單全收。吾道不孤，戀愛·電影館早前舉辦的《飲飲食食！——美食電影專題展》大受歡迎，可見「嘴饞」之於澳門，並非心照不宣的「嗜好」，而是一門可以理直氣壯研習深究的「顯學」。

芸芸飲食節目中，我特別鍾愛剛逝世的名廚、作家兼旅遊節目主持人安東尼·波登(Anthony Bourdain)。如果你和我一樣，就已厭惡那些羊牛不分、缺乏求知欲、詞彙量只有「不會死鹹死甜」的美食博主，你就會認同，在這個人人自稱吃貨的饕餮時代，直腸直肚的波登是多麼清爽的存在。波登擅長把美食探險糅合五味雜陳的人生故事，他在拍攝澳門那一集也是卯足了勁，街邊的豬腸粉、土生菜、高級粵菜來者不拒，並從飯桌上的對談中，窺探澳門的身份認同、博彩發展。用他的話來說，食物永遠是一場冒險。

飲食文化向來有大學問，不只關乎味覺、營養或卡路里。當年還在紐約當主廚的波登，也是靠《廚房機密檔案》一書一戰成名，接下來的《名廚吃四方》、《胡亂吃一通》、《波登不設限》等書，讓讀者得以看到色香味以外的動人細節。近年，飲食類書籍穩佔暢銷榜的半壁江山，切入角度包羅萬有，諸如私房菜譜、在地溯源、跨國演變、旅遊見聞、永續生態、經濟、宗教、養生，還有糧食戰爭、黑心食品、咖啡成癮的歷史考據等。這十年來出版界最厲害的IP之一，不正是《深夜食堂》、《孤獨的美食家》這些美食漫畫？當我們還像清教徒那樣，為愛吃而自覺罪孽深重，飲食和出版業早已攜手邁步，愈戰愈勇。

從餐桌到書桌： 饕餮時代的飲食書寫

遺憾的是，澳門雖被聯合國教科文組織列為創意城市美食之都，但澳門的飲食出版物至今仍屈指可數。近年雖有《祖父家的澳門土生菜》、《文字裡的古早味——澳門作家的味蕾》等零星書籍，但本質上仍和整個華文出版市場脫節。

面對多變的世界飲食風潮，澳門急需的不是外行裝內行的網紅，或只會跑宣傳的星級大廚。對外，澳門應積極和其他180個創意城市開展國際合作，使飲食文化得以成為地區發展戰略的核心；對內，宜調整「美食之都理應全年無休舉辦美食節和美食博覽會」的思路，加強對在地飲食文化的記錄、整理和出版。

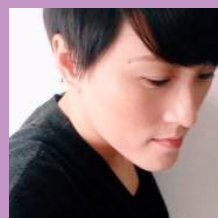
不同於空洞的宣傳軟文，飲食文學向來不滿足於技術介紹，往往把社會、家國、人生、審美共冶一爐，是包含歷史和人情世故的本土書寫。澳門歷史上許多冒險犯難的時刻，冥冥中都與飲食相關，例如葡國商人飄洋過海的香料和茶葉貿易，乃至抗戰糧食吃緊的飢餓記憶等。又如，土生菜是人所共知的多元文化產物，但它與順德「馬姐」(女傭工)之間的淵源等歷史幽微，以及傳承過程中的土生葡人家屬記憶等，還有待細訴。政府既有意讓美食成為澳門的文化軟實力和城市發展戰略，就好應加強飲食類書籍的出版和宣傳，讓澳門美食的魅力得以深化，亦借此協助澳門出版業打造飲食出版物的品牌。

波登曾說：「烹飪生涯有如長期戀愛，有莊嚴的時刻，也有荒唐的時刻。可是就像戀愛，回首前塵時，記憶最深的都是快樂的時光，是那些在一開頭吸引你的事物，那些讓你一再回過頭來需索的事物。」

那麼澳門呢？我們想呈現的澳門美食形象，僅僅是讓人口水直流的生理衝動？還是餐桌上那些引人入勝的故事和記憶，讓人們一再回過頭來需索？



林琪香



旅客，賣文人，現居日本。曾於《明日風尚》、《ELLE Decoration》及《CREAM》雜誌任編輯，現替雜誌寫設計、生活、旅遊等文章討生活。最近開始寫書，首本著作為《好日·京都》。

小小地域電影院

2016年，日本的電影業的收入達2,355億日元，

創了21世紀以來的新高。

日本東北地震、核爆事件、少子高齡化問題、下流老人、終身僱員制度的瓦解、消費稅增加……近年來日本天災、社會及經濟問題接連不斷，但看來日本人雖然普遍被認為對於消費愈來愈消極，但各種問題並未減少他們往電影院的興致，花一點小錢，享受大銀幕的光影帶來的快樂。

我們印象中的電影院都是由大財團經營的，寬大的熒幕與充滿了迫力的音響，然而在日本卻有一些規模非常細小的電影院，是由個人經營的，用他們微小的力量，環抱着對電影的愛，走進小社區內，希望社區的人能讓電影工業活躍起來，也希望電影能使社區活潑起來。

在京都市近出町柳車站的榊形商店街，除了近入口處賣豆大福的雙葉（Futaba）之外，幾乎沒有旅客到訪。小街內只有超市、蔬菜店及雜貨店，到訪的大多是在附近居住的本地人，不過，榊形商店街近來卻熱鬧起來，還聚集了不少年輕人，原因是出町座（Demachiza）開幕了。

出町座集電影院、咖啡室及書店於一身，兩個影院，每個只能容納四十多人，上映的並非當季的熱門話題作，而是店主根據自己的基準選來的作品，昔今並存，大都在其他電影院早已落畫，又或是其他大影院沒有興趣的作品。像在今年10月中，出町座其中一套播放的電影，是由松居大恒導演的「アイスと雨音」（中譯：《冰和雨聲》），此作在3月開始在日本全國上映，10月底便要發行DVD了。二輪電影的選擇反而為出町座添加個性，好些到來的客人，不是為看某部指定電影而來，而是到來



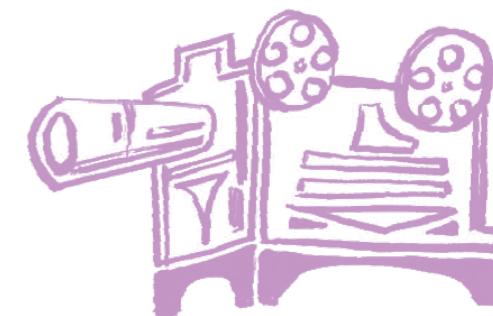
• 位於榊形商店街の出町座集電影院、咖啡室及書店於一身，聚集不少年輕人。

後才向店員查問：「今天播哪幾部電影呢？」若有機會跟感興趣的相遇，便購票入場，沒感興趣的便坐下來喝杯咖啡，看看書。也有些客人來商店街只為買菜，卻順便看了一場電影。在傳統商店街內，似乎正有一種有趣的創意文化，因為電影院的落成，而漸漸萌芽。

位於秋田縣，一個只有七萬多人口的城市——大館市，有一家兼作住家的電影院，名為御成座（Onariza）。御成座正在上映由中川龍太郎導演的「四月の永い夢」（中譯：《四月的長夢》），若你進場，說不定會被電影院的音響嚇了一跳——於電影的配樂之中，竟然混着不屬於電影的牧童笛聲。館長的女兒在二樓客廳練習牧童笛，笛聲居然傳到電影院來了。對此，在場觀眾似乎已習以為常。

御成座建於1952年，於2005年時曾一度閉館，館長租下房子時，原一心改裝成住家，但鄰近居民以為城市內唯一的電影院要復業了，高興不已，館長見狀，即使對電影院的經營一無所知，還是把心一橫，復興了御成座。冬季時穿着大衣看戲，為電影院減省暖氣開支；新電影上映了，主動繪畫巨型宣傳招牌；為多讓電影院多賺點而棄買折扣票……御成座在居民的疼愛中經營下去。一家電影院的出現，讓居民們的連結更為緊密。

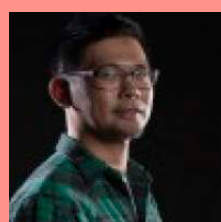
齊藤工為鄉郊地區開設的流動影院Cinema Bird、由導演若松孝二於名古屋創辦的Cinema Skhole，都是源自一人之力的電影院。我甚至在京都發現了一個每月只開放一兩次的小電影院，地方在等持院站附近，一個建築師自己的住家裡。開辦電影院，似乎沒有想像中複雜，或者該說，想舉辦任何關於創意的活動，都沒想像中複雜。



在地鐵裡旅行



葉孝忠



熱愛設計、旅遊和生活中美好事物，為眾多媒體撰寫旅遊和設計文章。前《孤獨星球》中國專案組出版人，並出版多本旅遊及設計書籍，包括《設計上海》、《亞洲風格時代》、《慢行·不丹》、《緬甸·逆旅行》等，目前為北京遊譜Apps首席內容官。

最近去了一趟中亞和俄羅斯旅行，

到達首都塔什干，意外的發現這座城市特別乾淨整齊，而且還有地鐵。

塔什干在60年代的時候遭受過一次可怕的地震，城市成了廢墟，建築都是震後重建，包括城市的地下鐵。建造於上世紀70年代，由於安全的理由，過去在地鐵站內拍照是禁止的，今年6月份才解禁，因此現在世人們才見識到塔什干的地下原來有個設計的宮殿。

塔什干地鐵只有三條路線，總長度才不到40公里，但卻有29個設計風格都截然不同的地鐵站，這也是中亞地區的首個地鐵系統。如果你對蘇聯的設計感興趣，這些地鐵站必定能滿足你，塔什干地鐵以舉世聞名的莫斯科地鐵系統為設計藍本，雖然不及莫斯科地鐵的設計那麼鋪張，但每個站都有自己的設計風格，而且都以當地文化為主題，在地鐵站和地鐵站之間旅行，也能順便了解當地的文化。

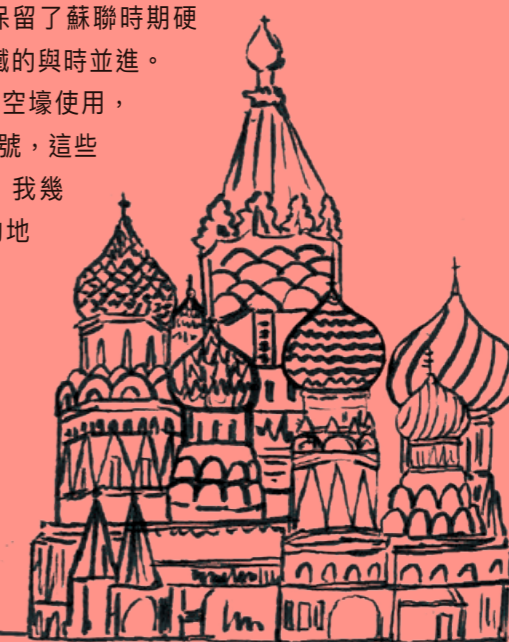


• 烏茲別克(左)和莫斯科(右)充滿當地文化元素的地鐵站

Ming O'rik站內就佈滿了「杏子和杏樹」圖案，在烏茲別克語裡Ming O'rik意為千個杏子，而杏子正是烏茲別克斯坦的特產之一；Bodomzor站則有辣椒和麵包的圖案，這是烏茲別克人的最愛，可見當地人也是吃貨。而Pakhtakor則能看到棉花的馬賽克壁畫。棉花是烏茲別克斯坦最重要的農作物，10月份剛好是棉花收割的季節，在全國各地都能看見棉花田，烏茲別克斯坦的棉花出口量排名全球第六，我們現在穿着的衣服也可能是採用了當地棉花製造的。

後來旅行到了莫斯科，自然也不會錯過其地鐵的設計。走入莫斯科地鐵，其實是走入了一個華美的博物館。Komsomolskaya站是其中最漂亮的地鐵站，地鐵月台宛若宮殿，精緻的石雕和璀璨的水晶燈點燃了抵達和啟程的據點上，讓每次出發和分離都顯得異常隆重。人們每天經過美，就算是行色匆匆，也會潛移默化的深化你對美的敏感和感知吧。Mayakovskaya站是我個人的心頭好，每次搭地鐵經過這一站都有想要下車的衝動。這是1938年紐約世界博覽會上的得獎作品，月台設計帶有Art Deco典型的簡潔線條，配上溫暖的燈光及粉色大理石的運用，顯得更為賞心悅目。地鐵站內的各種燈飾也很精彩，其中一站的燈飾類似中學上化學課的分子結構圖，這個站就是為了紀念化學元素週期表的發現者門捷列夫。莫斯科人對他們的地鐵站感到十分自豪，當地有不少的旅遊團就以地鐵遊覽作為主題，地鐵內十分乾淨，牆壁上也不見任何塗鴉，每天使用者那麼多，但卻維護得很好，可見莫斯科人也捨不得破壞它們。

地鐵車廂雖然略顯老舊（其實對我而言，它們很漂亮，保留了蘇聯時期硬冷的美學），但車廂內卻設有免費的無線網路，反映了地鐵的與時並進。由於莫斯科的地鐵很深（在建造時，已經考慮把它當成防空壕使用，在二戰期間也成了當地居民的避風港），手機經常失去信號，這些貼心的服務，讓人們依舊能保持聯繫。地鐵的頻次很密，我幾次在高峰時間搭地鐵，也不見沙丁魚現象。這80年老的地鐵，每天得運載着900萬的人口，在生活昂貴的莫斯科（莫斯科的日常消費其實和西歐一些城市不相上下），地鐵票價都約五港幣的均價，你就知道甚麼才是真正的世界級和為人民服務。唯有旅行，才能看清楚這個世界，看清楚這個世界，在回頭看看自己生活的地方，你才會有更深刻的體會，到底我們的位置在哪？



譚智泉



劇場導演，小城實驗劇團藝術總監，曾在上海及柏林居留及工作。近年作品包括《時先生與他的情人》、《肺人》。

最近出差到北京排練一部將於年底演出的舞台劇，

這是本人繼2011年後再次長駐內地城市生活，

趁機好好感受當下內地一線城市的文化氣息。

看看雜誌或App搜尋上有甚麼有趣的活動推介，沒想到撲面而來的是一堆話劇演出訊息。以往內地戲劇給人的印象也許是比較偏向傳統，多演經典劇目，如北京人民藝術劇院、國家話劇院等國有劇團，早幾年還試過《雷雨》進校園演出，台上演得正投入之際，台下觀眾卻因為演員表演太過誇張、說話聲調不像人話而紛紛大笑的笑話。雖然在作家已死，劇院無力翻新的現狀下，眾多舊式傳統作品的確已和當下脫節，無法跟得上日新月異的生活步伐，但近年來隨着北上廣深快速發展的際遇，各大城市的文化設施不僅在數量上有突飛猛進的增加，積極參與文化活動的居民人數也大幅增進。

但到底所謂的文化活動人口從何而來？真是我們腦海中馬上會浮現的一批知識分子，或是在演後座談上問出各種奇怪問題的大學生及文藝青年？

令人意想不到卻又在情理之中的觀眾群，其實是一般手拖手尋找約會地點的情侶。在港澳好像很少聽到男女拍拖會特意選擇去劇場看一場話劇，但在內地這個選項卻愈來愈普遍。隨便翻開一本時尚雜誌，很大機會看到關於話劇報導的專訪，關於導演演員的訪問等，大大增加了話劇在當今市場上的曝光率。更有趣是在情感專欄上也能看到話劇的蹤影，譬如有關於「姑娘最喜歡的約會地點」時，觀看話劇演出居然排名第四，擊敗了電影院和酒吧，成為京城最熱門的約會場所之一。推介的原因之一是

空虛和新穎的「文藝生活指南」



由於話劇更能顯出作為男性的品味，門檻有高有低，網媒通常會先推介大眾去看像「開心麻花」這樣入門級別的戲劇，再慢慢進一步看其他獨立劇團的作品。

從看戲到做戲，內地的戲劇生態圈都被此類「文藝生活指南」的觀點影響，我自己最近也在朋友圈撰文，書寫自己關於對馬上要導演的作品一些感想，這些感想之後會被不同的購票網站轉載到劇院的官方帳號上宣傳。然而近日我卻因為這篇感想文，收到一名戲劇圈內的製作人訊息。他在看過我們的演出資訊後，建議我們應做一篇更具深度的採訪文，或創作人的訪談等在下兩周宣傳，但定位是一定要再文藝些。我問道怎樣為之再文藝些？對方的回答是：「因為北京有很多不同類型的觀眾，如果你的戲是希望吸引真的喜歡藝術的人來看，而不是一般來看熱鬧的人來看，宣傳文字和內容千萬不要寫得通俗，要往創作人的心裡寫，那怕是沒人明白你說甚麼都可以。這樣反而會更有賣點，吸引到更多真的感興趣的人來看。」換而言之，不怕你演的內容我們看不懂，怕的就是太知道你要演甚麼和說甚麼，這樣反而會沒有驚喜。

收到這樣的建議，也算是一種欣喜，雖然遠沒能表達甚麼所謂的「自由思想」，但內地的戲劇似乎在漫長的發展道路上，終於找到一個相對而言較能自在地展示想法的平台，「自在」是創作人只需要做你自己想做的事，說你自己想說的話。當然到頭來大家都知道一切都會被裝進一個叫「文藝生活指南」的籃子裡面販賣，所以都會作出自我的選擇，到底要成為一個怎樣的創作人，才能一直叫座或叫好。為了經濟能一直轉動，我們需要時尚作為文化，我們的時代需要藝術，藝術變成一門生意，藝術就是金錢。誰能成為藝術界的愛因斯坦，或許是下一個能破壞這一切日新月異的空虛和新穎的創作人。



澳門特別行政區政府文化局

INSTITUTO CULTURAL do Governo da R.A.E. de Macau